



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
GABINETE DO DEPUTADO CHICO VIGILANTE - GAB. 09



PARECER Nº

, DE 2020

Da COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – CDC sobre o Projeto de Lei nº 1.281, de 2020, que dispõe sobre o fornecimento pelo consumidor de dados pessoais para cadastro no comércio varejista.

AUTOR: Deputado Hermeto

**RELATOR: Deputado Chico Vigilante
Lula da Silva**

I – RELATÓRIO

Chega para análise desta Comissão de Defesa do Consumidor – CDC o Projeto de Lei nº 1.281, de 2020.

De autoria do Deputado Hermeto, o PL faculta ao consumidor, nos termos do art. 1º, o fornecimento de dados pessoais para cadastro no comércio varejista, salvo disposição em lei em sentido contrário.

O art. 2º prevê que a lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Na Justificação, o Autor argumenta que os estabelecimentos comerciais condicionam, comumente, a venda de produtos ao fornecimento pelo consumidor de dados pessoais para fins de cadastro, mesmo em se tratando de compra realizada à vista, o que pode configurar afronta aos direitos do consumidor, à privacidade e à intimidade.

Acrescenta que a prática, embora seja bastante comum no Distrito Federal, afronta a legislação vigente, que exige o cadastro de dados pessoais somente em casos específicos e relevantes. A título de exemplo, destaca o teor da Lei federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, que, ao tratar da proteção de dados pessoais, condiciona a realização de operações com tais dados, inclusive a coleta, ao consentimento do titular, salvo para fins de cumprimento de obrigação legal ou regulatória.

O PL nº 1.281, de 2020, lido em 30 de junho de 2020, foi encaminhado para análise de mérito por esta CDC e seguirá, posteriormente, para análise de admissibilidade pela Comissão de Constituição e Justiça – CCJ. Não consta ter havido emendas à matéria.

É o Relatório.

II – VOTO DO RELATOR

Conforme o art. 66, I, "a", do Regimento Interno da Câmara Legislativa do Distrito Federal – RICLDF, incumbe à CDC analisar e emitir parecer sobre o mérito da presente matéria, relacionada a "relações de consumo e medidas de proteção e defesa do consumidor".

Sob tal perspectiva, o oferecimento pelo Poder Público de instrumentos normativos para proteção de dados pessoais nas relações de consumo é de suma relevância.

Ao realizar compras, as pessoas são comumente solicitadas por estabelecimentos comerciais a preencher cadastros ou a fornecer dados pessoais antes de ter a transação confirmada. Sob a alegação de que tal procedimento é praxe da empresa ou visa facilitar a comunicação sobre eventuais promoções e descontos, há casos, inclusive, em que a conclusão da venda ao consumidor é condicionada, injustificadamente, ao fornecimento de tais dados, mesmo quando sigilosos.

A existência de uma sociedade de consumo em massa, na qual se adota a estratégia de fornecer grandes quantidades de bens padronizados a preços baixos, está sendo superada por uma economia de especialização flexível, em que se busca mais diversificação da produção entre clientes, para conferir atendimento, aparentemente, mais personalizado¹. Nessa fase pós-massificação da produção, coletar informações pessoais em massa permite às empresas traçar o perfil do público-alvo e de consumidores em potencial, com a finalidade de conhecer e desvendar os desejos de consumo dos clientes, norteados suas atividades². Trata-se de conjuntura em que quanto mais conhecimento detiver os fornecedores sobre hábitos, desejos e necessidades dos consumidores, mais eficiência terão na produção, venda e divulgação de mercadorias, que melhor se adequam às preferências de seus destinatários.

Às empresas torna-se interessante aumentar a base de dados sobre clientes e padrões de consumo, atingindo o máximo de informações específicas sobre consumidores, principalmente aqueles em potencial. Nesse contexto, a coleta de dados pessoais passou a ser objeto de interesse de diversas empresas para fins de desenvolvimento de publicidade comportamental e para influenciar os consumidores em suas escolhas. A informação pessoal se transformou em verdadeira mercadoria, em torno da qual surgem novos modelos de negócio, cujo fluxo adquire valor econômico, especialmente em decorrência das modernas tecnologias da informação³.

Em razão da velocidade e da capacidade para processamento e armazenamento de tais dados por novas tecnologias, há significativo aumento da importância das informações pessoais no mercado de consumo, aumentando-se também a vulnerabilidade dos consumidores e, por consequência, o desequilíbrio de suas relações em face dos fornecedores.

Além da falibilidade dos processos informáticos com o potencial risco de vazamento de dados, esse cenário propicia a prática indiscriminada por parte de alguns fornecedores de comercialização ilícita de dados pessoais de seus clientes a terceiros, alheios à relação de consumerista.

Não bastasse a quebra de confiança, a comercialização de dados pessoais, às escuras, gera aborrecimentos e violações de direitos. Por um lado, a prática oportuniza o recebimento incessante de ofertas de produtos e serviços, por intermédio dos mais variados veículos de comunicação, de empresas com as quais o consumidor jamais manteve transações comerciais e que passam a ter acesso às suas informações pessoais e padrões de consumo. Por outro lado, há risco em potencial para a própria segurança do consumidor, pois tais informações podem municiar ações criminosas, subsidiando golpes.

A regulação da questão é oportuna. Pesquisa sobre privacidade de dados, conduzida pela GFK Market Research Brasil Pesquisa de Mercado, aponta que apenas 25% dos consumidores brasileiros têm confiança nos anunciantes quando se trata de dados pessoais. Tal percentual demonstra que as marcas comerciais são tidas pelo consumidor nacional como menos confiáveis do que bancos e governos⁴.

A esse respeito, ainda, enquête realizada por website jornalístico apontou que 97% dos respondentes não autorizariam o repasse de seus dados pessoais pelas empresas a terceiros. Tal índice reforça que os consumidores não se sentem confortáveis com o livre trânsito de seus dados pessoais⁵.

À problemática se adiciona o fato de que as empresas com as quais se contrata dificilmente cumprem a obrigação de alertar os consumidores sobre a destinação a ser dada aos dados coletados e a possibilidade de transferência a terceiros ou de requerer autorização para tanto. Dessa forma, por vezes, a prática ultrapassa limites legais.

O ordenamento jurídico pátrio reconhece a conveniência de se disciplinar o consumo, uma vez que se trata de relação jurídica essencial para atendimento das necessidades do ser humano, que não é capaz de produzir por conta própria todos os bens indispensáveis para satisfazer suas necessidades. Tão grande a importância das relações de consumo que a própria Constituição Federal estabeleceu a promoção da defesa do consumidor, na forma da lei, no rol de direitos fundamentais, nos termos do inciso XXXII do art. 5º.

Ocorre que a concretização do dever estatal de proteção do consumidor só pode ser atingida com o reconhecimento do direito à proteção de dados pessoais. Isso decorre do fato de que as informações pessoais solicitadas durante transações comerciais podem revelar características exclusivas e íntimas das pessoas, de caráter personalíssimo. Assim, a proteção de dados pessoais adquire status constitucional, uma vez que a livre apropriação, utilização e disposição de tais dados por fornecedores de produtos e serviços são potencialmente lesivos aos direitos à privacidade, vida privada, imagem e honra das pessoas, cuja proteção é garantida constitucionalmente à luz da dignidade da pessoa humana.

Na seara infraconstitucional, a matéria é regida, de maneira geral, pelos ditames da Lei federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), que reconhece os direitos das pessoas à informação, proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, transparência e boa-fé nas relações de consumo, nos termos do caput e do inciso III do art. 4º e dos incisos III e IV do art. 6º. Oferece, também, nos arts. 43 e 44, ao tratar de bancos de dados e cadastros de consumidores, meios de resguardo e limites ao uso de dados pessoais nas relações de consumo, além de estabelecer, ao longo de seu texto, sanções de cunho administrativo, civil e penal para casos de descumprimento de suas disposições.

Embora as proteções constitucional e legal tenham sido exitosas na tutela de diversos direitos dos consumidores nacionais, em relação a trato de dados pessoais, não foram aptas a coibir condutas ilícitas ou potencialmente lesivas. A relevância da tutela de tais dados, não apenas nas relações consumeristas, tornou premente a necessidade de elaboração de novas normativas com a finalidade específica de resguardar e coibir o uso indevido dos dados pessoais, o que culminou na edição da Lei federal nº 13.853, de 8 de julho de 2019, que modificou a Lei federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, e estabeleceu a "Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD".

A LGPD, que entrou em vigor em agosto de 2020, apesar de conferir mais ênfase aos dados registrados via Internet, estende a sua proteção a dados colhidos por meios diversos dos eletrônicos. Dispõe, também, sobre o tratamento de tais dados por pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado. Assim, embora não trate de forma exclusiva de dados coletados durante relações de consumo, suas previsões a estas se aplicam e lhes são relevantes. Nesse sentido, a LGPD se aplica, nos termos do inciso II do art. 3º e do inciso X do art. 5º, a toda operação realizada com dados pessoais que tenha por objetivo a oferta ou fornecimento de bens ou serviços, o que inclui, entre outros, a coleta, o acesso, o armazenamento e a transmissão de tais dados.

De modo geral, a implementação da LGPD confere mais transparência à forma de utilização de dados pessoais por parte de fornecedores, obrigando os interessados em sua coleta a prestar esclarecimentos sobre a destinação dos dados às pessoas de que se coletou, bem como condicionando essa destinação final ao consentimento dos titulares.

Nesse diapasão, embora o trato de dados pessoais de consumidores, objeto do PL em análise, se encontre disciplinado no âmbito federal por intermédio de normas gerais, não torna prescindível a atuação legiferante distrital acerca da matéria, em caráter concorrente, em sua respectiva área de atuação administrativa. Isso porque, apesar da não obrigatoriedade de fornecimento de dados pessoais nas relações de consumo decorrer dos princípios e das normas gerais consagrados em âmbito federal, de aplicação nacional, a inexistência de previsão legal expressa destinada unicamente ao tratamento do tema torna meritório o PL nº 1.281, de 2020, que propõe o trato específico do fornecimento de dados pessoais nas relações de consumo no Distrito Federal. Assim, ao legislar sobre a matéria, o Distrito Federal exerce papel oportuno de desdobrar e reforçar a legislação federal no seu território.

Contudo, com a finalidade de aumentar a aplicabilidade da Lei, parece-nos conveniente a alteração da regulamentação proposta, para abarcar a matéria de forma mais específica, abrangendo, de forma expressa, desde a possibilidade de negativa do fornecimento de dados pessoais pelo

consumidor até o tratamento a ser conferido caso haja o fornecimento de dados nas relações de consumo. Utiliza-se, para tanto, os parâmetros gerais já consagrados pela legislação federal.

Propõe-se, também, a substituição da terminologia "comércio varejista" por "fornecedor de produtos ou serviços", já consagrado na legislação consumerista, de modo a superar eventuais discussões acerca da amplitude do conceito e da incidência da norma em face das quantidades e locais onde as mercadorias são comercializadas ou nas hipóteses de prestação de serviços.

Para conferir clareza e precisão à norma, especifica-se, ainda, tratar a presente lei tanto de dados pessoais, em sentido lato sensu, quanto daqueles considerados sigilosos. Para tanto, incluem-se os conceitos de dado pessoal e dado pessoal sigiloso consagrados pela LGPD. Por outro lado, a fim de conferir-lhe mais efetividade, para casos de descumprimento de suas disposições, propõe-se a remissão às penalidades já definidas pela legislação federal.

Acrescenta-se, finalmente, o dever dos estabelecimentos comerciais do Distrito Federal em manter, em local visível ao consumidor, o disposto nesta Lei. Isso porque a conscientização dos consumidores acerca dos direitos que lhes são assegurados é medida fundamental para coibir práticas ilegais no mercado de consumo e aumentar a efetividade das normas protetivas.

Ante o exposto, manifestamo-nos, no mérito, **favoravelmente**, ao PL nº 1.281, de 2020, nesta CDC, **na forma do Substitutivo anexo**.

Sala das Comissões, de de 2020.

DEPUTADO CHICO VIGILANTE LULA DA SILVA

Relator

(1) MENDES, Laura Schertel. **A vulnerabilidade do consumidor quanto ao tratamento de dados pessoais**. Revista do Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 102, dez 2015, p. 20-23.

(2) GENTILI, José Carlos. **Os bancos de dados na sociedade de consumo e o código de defesa do consumidor: a questão da responsabilidade jurídica por danos morais**. Brasília: Tecprint, 1999, pp.45 e 55.

(3) DONEDA, Danilo (org.). **A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia**. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: SDE/DPDC, 2010. pp. 17 e 62.

(4) ABERT. **Para consumidor, anunciantes não são confiáveis com dados pessoais**. Brasília, 2014. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/menuparaguai/item/22637-para-consumidor-anunciantes-nao-sao-confiaveis-com-dados-pessoais.html>. Acesso em 10/09/2020.

(5) CASEMIRO, Luciana. **Consumidores desaprovam repasse de dados pessoais por empresas**. O Globo, 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/consumidores-desaprovam-repasse-de-dados-pessoais-por-empresas-6328230>. Acesso em 10/09/2020.

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO Nº , DE 2020 (Do Relator)

**Ao Projeto de Lei nº 1.281, de 2020,
que dispõe sobre o fornecimento pelo
consumidor de dados pessoais para
cadastro no comércio varejista.**

Dê-se ao Projeto de Lei nº 1.281, de 2020, a seguinte redação:

PROJETO DE LEI Nº 1.281, DE 2020
(Do Deputado Hermeto)

Dispõe sobre o fornecimento de dados pessoais nas relações de consumo no Distrito Federal.

A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL decreta:

Art. 1º Esta Lei trata do fornecimento pelo consumidor de dados pessoais, sigilosos ou não, a fornecedores de produtos e serviços, nas relações de consumo no Distrito Federal.

Art. 2º Para fins de aplicação desta Lei, consideram-se:

I – dados pessoais: informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável;

II – dados pessoais sigilosos: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

Art. 3º É vedado a fornecedores, nas relações de consumo, condicionar a venda de produto ou a prestação de serviço ao fornecimento pelo consumidor de dados pessoais, sigilosos ou não, salvo disposição legal ou regulatória em sentido contrário.

§1º Na hipótese de consentimento do consumidor quanto ao fornecimento de dados pessoais, os dados coletados devem atender a propósitos legítimos, específicos e explícitos.

§2º O consumidor deve ser informado do motivo do fornecimento de dados pessoais.

§3º A utilização por fornecedores de dados pessoais coletados deve limitar-se à realização de finalidades previamente informadas ao consumidor.

§4º É facultado ao consumidor, a qualquer tempo, a solicitação de retirada de dados pessoais fornecidos de cadastros, arquivos e bancos de dados de fornecedores.

Art. 4º Os estabelecimentos comerciais do Distrito Federal devem manter, em local visível ao consumidor, o disposto nesta Lei.

Parágrafo único. Os estabelecimentos comerciais terão o prazo de 30 dias, a contar da data publicação desta Lei, para providenciar o disposto no caput.

Art. 5º O descumprimento da presente Lei sujeita o estabelecimento infrator às sanções previstas na Lei federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e na Lei federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Apesar da não obrigatoriedade de fornecimento de dados pessoais nas relações de consumo decorrer dos princípios e das normas gerais consagrados em âmbito federal, de aplicação nacional, diante da inexistência de previsão legal expressa destinada unicamente ao tratamento do tema, é meritório o PL nº 1.281, de 2020, que propõe o trato específico do fornecimento de dados pessoais nas relações de consumo no Distrito Federal. Assim, ao legislar sobre o tema, o Distrito Federal exerce papel oportuno de desdobrar e reforçar a legislação federal no seu território.

Portanto, o presente Substitutivo busca aumentar a aplicabilidade da Lei, propondo abarcar a matéria de forma mais específica, de modo a abranger desde a possibilidade de negativa do fornecimento de dados pessoais pelo consumidor até o tratamento a ser conferido, caso haja o fornecimento de dados nas relações de consumo. Utiliza-se, para tanto, os parâmetros gerais já consagrados pela legislação federal.

Propõe-se, também, a substituição da terminologia "comércio varejista" por "fornecedor de bens e serviços", já consagrado na legislação consumerista, de modo a superar eventuais discussões acerca da amplitude do conceito e da incidência da norma em face das quantidades e dos locais onde as mercadorias são comercializadas ou nas hipóteses de prestação de serviços.

Para conferir clareza e precisão à norma, especifica-se, ainda, tratar a presente lei tanto de dados pessoais, em sentido lato sensu, quanto daqueles considerados sigilosos. Para tanto, inclui-se os conceitos de dado pessoal e dado pessoal sigiloso consagrados pela LGPD. Por outro lado, a fim de conferir-lhe mais efetividade, propõe-se a remissão às penalidades já definidas pela legislação federal para casos de descumprimento de suas disposições.

Acrescenta-se, finalmente, o dever dos estabelecimentos comerciais do Distrito Federal em manter, em local visível ao consumidor, o disposto nesta Lei. Isso porque a conscientização dos consumidores acerca dos direitos que lhes são assegurados é medida fundamental para coibir práticas ilegais no mercado de consumo e aumentar a efetividade das normas protetivas.

Sala das Sessões, em de de 2020.

Deputado CHICO VIGILANTE LULA DA SILVA
Relator



Documento assinado eletronicamente por **FRANCISCO DOMINGOS DOS SANTOS - Matr. 00067, Deputado(a) Distrital**, em 13/10/2020, às 19:18, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:

http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

Código Verificador: **0228779** Código CRC: **BC6677CF**.

Praça Municipal, Quadra 2, Lote 5, 3º Andar, Gab 9 – CEP 70094-902 – Brasília-DF – Telefone: (61)3348-8092
www.cl.df.gov.br - dep.chicovigilante@cl.df.gov.br